

закритих та приватних акціонерних товариств було майже 19 тис. Подібний вибір організаційно-правової форми господарювання, на наш погляд, свідчить – підприємства віддають перевагу тим з них, які не передбачають достатнього рівня транспарентності (зокрема, ТОВ та ПрАТ).

2. Відсутність інституційних передумов для реалізації політики інформаційної відкритості суб'єктами бізнесу в Україні. Звернемо увагу на наступний симптоматичний факт – протягом тривалого періоду часу в Україні зберігається відносно високий рівень «тіньової економіки» - за даними Міністерства економічного розвитку та торгівлі в Україні 38-39 % від ВВП у 2008-2011 рр.

3. Функціонування потужних фінансово-промислових груп, в яких банки виконують функції обслуговування інтересів підприємств добувної та обробної галузей, і, відповідно, змінюють свої пріоритети в банківському кредитуванні.

4. До цього часу банківське кредитування розглядається більшістю підприємств як метод фінансування, що забезпечує від необхідності «надмірного» розкриття інформації про свою діяльність, особливо, з точки зору порівняння з емісією цінних паперів на фондовому ринку.

Зауважимо, що подібні тенденції не в останню чергу обумовлені у політикою самих банківських установ. Період 2005-середини 2008 рр. став не тільки часом галопуючого зростання обсягів кредитування реального сектору економіки в Україні, він також визначив реалізацію вітчизняними банківськими установами своєрідної стратегії конкурентної боротьби, яка полягала в мінімізації вимог до позичальників, в т.ч. – і у сфері оприлюднення інформації. Подібна стратегія об'єктивно не могла сприяти зростанню прозорості ведення бізнесу у більшості позичальників. І, без перебільшення, саме вона була одним із головних факторів, який спричинив погіршення кредитного портфелю банківської системи України у 2008-2009 рр.

В питанні зростання транспарентності позичальників не можна обійти увагою роль держави у таких процесах. Відразу підкреслимо, що обмежувати її виключно встановленням вимог до кількісних та якісних параметрів інформації, що повинна оприлюднюватися суб'єктами бізнесу не варто. Роль держави є значно ширшою, адже саме вона формує економічне середовище для ведення бізнесу. Наприклад, неефективна фіскальна політика може з коротким часовим лагом призвести до переходу великої кількості підприємств у «тіньовий сектор» та об'єктивно погіршити їх транспарентність, в т.ч. і з точки зору потенційних кредиторів.

Відповідно, на наш погляд, транспарентність ринку позичкового капіталу повинна забезпечуватися на двох рівнях:

- по-перше, на рівні конкретних угод між позичальником та кредитною установою;
- по-друге, на рівні умов макросередовища, в якому функціонує потенційний позичальник та кредитор.

Література: 1. Тесля Е. А. Международные требования и российская практика применения установленных форм и методов раскрытия корпоративной информации// Молодой ученый. – 2009. – №7. – с.57-64. 2. Закон України «Про акціонерні товариства» №524-6 від 17 вересня 2008 року. [Електронний ресурс]// Законодавство України: [сайт]. Верховна Рада України. - Режим доступу: <http://zakon1.rada.gov.ua/cgi-bin/laws/main.cgi>. - Назва з екрана. 3. Звіт Національної комісії з цінних паперів та фондового ринку за 2011 рік.

## ОПТИМІЗАЦІЯ СИСТЕМИ ПІЛЪГ У СФЕРІ ОПОДАТКУВАННЯ ПДВ В УКРАЇНІ

*Лесько М.В., ДВНЗ «Київський національний економічний університет імені Вадима Гетьмана», м. Київ, Україна*

Пільги є визначальною характеристикою податкової системи будь-якої країни. Саме пільги, з одного боку, є фактичним проявом стимулюючого та регулюючого значення податків, з іншого – викликають найбільше суперечок як в наукових колах, так і серед практиків [1, 2, 3]. Не є виключенням і ситуація з пільгами у сфері оподаткування податком на додану вартість в Україні. Викликають критику і їх склад, і можливості стимулюючого впливу на підприємницьку діяльність, насамкінець, часто дослідниками ставиться питання про повну відміну пільг з ПДВ

взагалі. Подібна ситуація актуалізує це питання як з погляду держави, так і з позиції платників податків. Вивчення впливу пільг з ПДВ на діяльність суб'єктів підприємництва заслуговує на значну увагу. Адже його платниками є велика кількість суб'єктів підприємництва у виробничій і торговельній діяльності, сфері послуг. Так, на 1 січня 2012р. було зареєстровано у органах державної податкової служби 235,8 тис. платників ПДВ: 211,4 тис. юридичних осіб; 24,4 тис. фізичних осіб – підприємців.

Зазначимо, що прийняття Податкового кодексу України суттєво не змінило систему пільг у сфері податку на додану вартість, адже її формування, яке тривало протягом усього періоду функціонування цього податку в Україні, сформувало цілу множину стереотипів стосовно корисності чи недоречності окремих пільг для вітчизняної економіки та підприємництва. Насамперед, вони стосуються думки про доцільність підтримки експортного потенціалу України, аграрного сектору, а також щодо необхідності виключення з оподаткування ПДВ соціально значимих товарів для незахищених верств населення нашої країни.

З іншого боку, на наш погляд, пільгове оподаткування у сфері ПДВ в Україні потребує ревізії та перегляду, визначення найбільш пріоритетних напрямків розвитку податкової системи та узгодження пільг з цілями фінансової політики на сучасному етапі. В цьому контексті зазначимо, що питання доцільності та ефективності пільг у непрямому оподаткуванні взагалі та щодо податку на додану вартість – зокрема, є не тільки дискусійним в науковому плані, воно має першочергове значення з погляду фінансової безпеки держави. Адже не секрет, що саме податок на додану вартість в Україні створює найбільш сприятливі можливості для ухилення, реалізації різноманітних «тіньових» та корупційних схем, які призводять до зменшення надходжень від цього податку до бюджету.

Прямо чи опосередковано всі існуючі пільги у сфері функціонування податку на додану вартість в Україні можна звести до наступних логічно взаємопов'язаних складових:

1. Стимулювання попиту на окремі товари та послуги з боку незаможних верств населення за рахунок зменшення цін – зростання виробництва відповідних товарів та послуг.
2. Стимулювання попиту на окремі соціально значимі товари та послуги з боку незаможних верств населення за рахунок зменшення цін – зростання виробництва відповідних товарів та послуг.
3. Збільшення попиту на національні товари та послуги на глобальних ринках за рахунок зменшення їх ціни через використання нульової ставки оподаткування податком на додану вартість.
4. Забезпечення конкурентної позиції вітчизняних підприємців на глобальних ринках товарів та послуг і покращення макропоказників у сфері зовнішньоекономічної діяльності в масштабах України.

Природно, що найбільш аргументовано виглядає позиція прихильників стимулювання вітчизняного експорту за допомогою пільгової ставки, оскільки такий механізм в цілому відповідає світовій практиці. Втім, з нашої точки зору, якраз використання нульової ставки оподаткування для експорту товарів з України дає тільки короткострокові конкурентні переваги та в контексті стратегічного розвитку експортної діяльності в Україні не має перспектив.

Насамперед, мова йде про доцільність використання абсолютно нових підходів до формування переваг вітчизняних товаровиробників на світових ринках – спрямованих на інноваційні та передові технології, а не на нижчу вартість ресурсів.

В подальшому, у питанні необхідності використання пільг (в нашому випадку – нульової ставки) у сфері оподаткування експорту потрібно виходити з наступного:

❖ бажана поступова переорієнтація торговельної політики України на експорт товарів інноваційного спрямування або з високим рівнем технологічної переробки;

❖ з цією метою можна використати інструменти податкової політики у вигляді диференційованого підходу для товарів, що експортуються з України: для товарів інноваційного спрямування та з високим рівнем технологічної переробки зберегти існуючий пільговий режим оподаткування за пільговою нульовою ставкою; для усіх інших – здійснювати оподаткування на загальних підставах;

❖ для товарів другої групи забезпечити певний перехідний період у три роки, з поступовим підвищенням ставки до звичайного рівня.

Об'єктивна конфліктність податкової політики взагалі та абсолютної більшості заходів у сфері оподаткування податком на додану вартість показує, що оптимізувати цілі податкової політики держави та цілі фінансової політики підприємства фактично неможливо, і навіть використання особливих режимів оподаткування ПДВ не здатне вирішити усі існуючі конфлікти і потенційно може призвести до появи нових конфліктів. Так, можна припустити, що в короткостроковій перспективі еволюція пільг (в т.ч. – експортних) може призвести до скорочення надходжень до бюджету, втім, потенційні стратегічні виграші матимуть набагато більший ефект і для держави, і для підприємців.

В загальному, слід визнати, що більшість із використовуваних в Україні пільг є недостатньо ефективними, а їх позитивний вплив на підприємницьку діяльність нівелюється негативними чинниками макроекономічного характеру, а також стримується неефективною системою адміністрування ПДВ. В загальному, щодо доцільності збереження існуючих пільгових режимів у сфері функціонування податку на додану вартість, можна зазначити наступне:

1. Стимулювання експортних операцій за рахунок їх оподаткування за нульовою ставкою є малоефективним та недостатньо позитивно впливає як на конкурентну позицію вітчизняних підприємств на зовнішніх ринках, так і торговельну політику держави. Відповідно, такі пільги потребують ревізії та повинні, в першу чергу, бути спрямованими на переорієнтацію експортної політики на високотехнологічні товари з високим рівнем переробки, за рахунок скорочення сировинної продукції.

2. Пільги, спрямовані на підтримку цінової стабільності в окремих галузях, що орієнтовані на внутрішній ринок є або безсистемними, або в недостатній мірі обґрунтованими. Окрім того, такі пільги фактично позбавляють платника вибору, навіть за умови, що вони потенційно негативно впливають на його фінансово-господарську діяльність.

3. Використання спеціального режиму оподаткування для сільськогосподарських підприємств є виправданим та потребує оптимізації тільки в частині адміністрування та розширення напрямків використання акумульованих на спеціальних рахунках коштів платниками податків.

Література: 1. Палей С. І знову до питання про реформування ПДВ [Текст] / С. Палей // Бухгалтерський облік і аудит. - 2010. - № 11. - С. 38-46. 2. Паламарчук Д. М. Фіскальна ефективність та напрями удосконалення національної моделі ПДВ [Текст] / Д. М. Паламарчук // Формування ринкових відносин в Україні : зб. наук. праць. - 2010. - № 12. - С. 34-41. 3. Соколовська А. М. Дискусійні питання реформування ПДВ [Текст] / А. М. Соколовська, В. О. Твардієвич // Фінанси України. - 2011. - № 8. - С. 35-50.

## **ФОРМУВАННЯ СТРАТЕГІЇ ІННОВАЦІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ТУРИСТИЧНИХ ФІРМ: ПРОБЛЕМИ ТА ОСОБЛИВОСТІ**

*Масюк Ю. О., Львівський національний університет ім. І.Франка, м. Львів, Україна*

Вибір стратегії є запорукою успіху діяльності підприємства будь-якої галузі. Фірма може опинитися у кризі, якщо вона не зуміє передбачити обставини, що швидко змінюються, та вчасно і адекватно на них відреагувати. В умовах ринкової економіки керівництву туристичної фірми недостатньо мати хороший туристичний продукт, воно повинно уважно слідкувати за появою нових технологій та планувати їх впровадження в себе на підприємстві для того, щоб не відставати від конкурентів. Вибір найбільш прийнятної інноваційної стратегії залежить від того, які можливості має туристичне підприємство. Якщо туристична фірма має у своєму розпорядженні відносно старе технічне обладнання, працівники не є висококваліфікованими з обмеженим творчим потенціалом, фінансовий стан компанії не передбачає перспективні технічні нововведення, але, в свою чергу, заробітна плата персоналу є фіксованою (незалежно від сезонності) і затрати на формування турпродукту є невисокими, то у цьому випадку фірмі найбільше підходить стратегія орієнтації на мінімізацію витрат з ціллю отримання туристичного